



KOMUNIKAT PRASOWY
Wrocław, 3 listopada 2010 r.



BURGER KING: PIERWSZA KAMPANIA OPARTA NA WSPÓŁPRACY Z BLOGEREM ZAKOŃCZONA

ZNACZNY WZROST LICZBY FANÓW I UŻYTKOWNIKÓW FAN PAGE MARKI

Podczas akcji „Burger King Trip” z blogerem Kominkiem w roli głównej, fan page marki na Facebooku zyskał blisko 5.000 fanów i zanotował 16.000 aktywnych użytkowników. Osiągnięto również bardzo dobre rezultaty w interakcji z fanami – jeden z rekordowych postów wygenerował 516 komentarzy w ciągu 3 godzin. Najbardziej dynamiczny przyrost fanów zaobserwowano w kategorii mężczyzn, w przedziale wiekowym 18-24 lata, co idealnie pokrywa się z grupą docelową marki Burger King. O 1700% wzrosła też liczba odtworzeń materiałów multimedialnych.

Akcja „Burger King Trip” była pierwszą tak nowatorską kampanią komercyjną w Polsce, opartą na niestandardowej i kompleksowej współpracy z blogerem oraz komunikacji wyłącznie poprzez social media. Budżet projektu wynosił 100 tysięcy złotych.

„Jesteśmy bardzo zadowoleni z przebiegu akcji „Burger King Trip”. Duży przyrost liczby fanów i użytkowników naszego fan page na Facebooku to jeden ze wskaźników, którym mierzymy sukces tej kampanii – mówi Daniel Kasper, Brand President marki Burger King. – Bardziej, niż ilościowe, cieszą nas jednak wskaźniki jakościowe. Udało nam się bowiem zbudować jedną z najlepszych społeczności w polskim facebooku: zaangażowaną, chętnie podejmującą dialog z marką i lojalną.”

Pierwsza tego typu w Polsce komercyjna akcja promocyjna z udziałem blogera, wywołała duże zainteresowanie mediów. Informacje o kampanii, a także wywiady z jej autorami i głównym bohaterem, wygenerowały w mediach drukowanych, elektronicznych i online blisko 200 publikacji, z którymi mogło się zetknąć nawet 30 milionów czytelników.

Chociaż początkowo zadeklarowani fani marki Burger King sceptycznie podchodzili do akcji „BK Trip”, po kilku dniach ich nastawienie się zmieniło i wielu z nich zaczęło aktywnie brać udział w kampanii. Najwięcej komentarzy i interakcji z fanami wywołały zadania i konkursy organizowane przez Kominka oraz sondy, w których fani mieli decydować o następnych krokach blogera.



Największym hitem, który wygenerował 516 komentarzy w ciągu zaledwie 3 godzin, była wizyta Kominka w kasynie w Las Vegas. Z dużym zainteresowaniem fanów spotkała się również wizyta Kominka w głównej siedzibie Facebooka. Do tej pory żaden z Polaków nie związanych zawodowo z facebookiem nie miał możliwości obejrzenia biura firmy stworzonej przez Marka Zuckerberga. Udało się to dopiero Kominkowi.



Dużą popularnością cieszyły się również materiały video blogera – rekordowy film, zapowiadający rozpoczęcie akcji, został obejrzany ponad 21.000 razy.

Akcja „Burger King Trip” rozpoczęła się 13 września na fan page marki Burger King na Facebooku. W ramach współpracy z marką, bloger Kominek wyjechał do USA, skąd przez ponad miesiąc zdawał relacje ze swojej podróży, aktywnie komunikował się z fanami marki, dając im możliwość wpływania na ostateczny kształt podróży. Głównymi kanałami komunikacyjnymi były: [fan page Burger](#)



KOMUNIKAT PRASOWY
Wrocław, 3 listopada 2010 r.

[King Polska](#), You Tube oraz blogi Kominek.in i Kominek.tv, a także profile Kominka na blipie i Twitterze.

Dodatkowych informacji udziela:

Anna Marciniak

Manager

Solski Burson-Marsteller

e-mail: amarciniak@solskibm.pl

tel. +48 (22) 242 86 16



Burger King to światowa sieć restauracji szybkiej obsługi, serwująca burgery grillowane na ogniu. Flagowy produkt Burger Kinga – burger Whopper – powstał 52 lata temu i każdy klient może go zamówić według swoich upodobań, zgodnie z filozofią „Have it your way”. Pierwsza restauracja Burger King została otwarta w 1953 r. w Miami, na Florydzie. Sieć obejmuje 12.000 restauracji w ponad 73 krajach na całym świecie. W Polsce marka Burger King należy do koncernu AmRest, a restauracje są zlokalizowane w Warszawie, Wrocławiu, Bydgoszczy, Opolu, Słupsku, Koszalinie, Poznaniu, Legnicy, Lubinie, Krakowie i Częstochowie.

Więcej informacji można znaleźć na stronie: <http://www.burgerking.com.pl/>

FanPage na portalu Facebook: <http://www.facebook.com/BurgerKingPolska>

AmRest Holdings SE (AmRest) jest największym niezależnym operatorem restauracyjnym w Europie Środkowo-Wschodniej. Zarządza 445 restauracjami - Pizza Hut i Rodeo Drive (w segmencie Casual Dinning) oraz KFC, Burger King, Starbucks i freshpoint (w segmencie Quick Service Restaurants) w Polsce, Czechach, Bułgarii, Serbii, Rosji i na Węgrzech. W Stanach Zjednoczonych AmRest zarządza 104 restauracjami Applebee's (Casual Dining).